

2016-2022年中国餐饮美食 广场行业分析与发展战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2016-2022年中国餐饮美食广场行业分析与发展战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0903/201608/12-210448.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

美食广场，又称为熟食中心、美食街、食阁等，流行于香港、台湾、新加坡等地，指多间食肆聚集的地方，提供各种各样的美食，桌椅则由各食肆共用。美食广场多数是固定的地方，久而久之形成独特的美食集中地，是游客经常光顾的地方。

报告目录：

第一部分 产业环境透视 14

第一章 餐饮美食广场相关概述 14

第一节 餐饮美食广场基本概念 14

一、餐饮美食广场定义14

二、餐饮美食广场不同称谓15

三、餐饮美食广场分类15

第二节 餐饮美食广场功能作用 16

一、餐饮服务功能及休闲娱乐功能16

二、丰富物业的经营业态16

三、提高物业的经营效果16

四、新型功能利于吸引消费者16

五、利于物业的吸引商户入驻16

第三节 餐饮美食广场经营概述 17

一、餐饮美食广场开办流程17

二、餐饮美食广场经营方式17

第二章 餐饮美食广场市场环境及影响分析 19

第一节 餐饮美食广场政治法律环境 19

一、中国餐饮行业管理体制分析19

二、餐饮企业连锁经营管理规范19

三、中国餐饮行业重点政策解读19

四、中央八项规定对餐饮业影响23

五、影响餐饮业的十大政策23

六、商业街相关政策分析26

（一）国内商业街相关政策标准26

(二) 商业街行业分类指导办法28

(三) 商业街管理技术规范31

第二节 行业经济环境分析 37

一、中国GDP增长情况分析 37

二、工业经济发展形势分析38

三、社会固定资产投资分析40

四、全社会消费品零售总额41

五、城乡居民收入增长分析43

第三节 行业社会环境分析 44

一、人口环境分析44

二、教育环境分析45

三、文化环境分析47

四、生态环境分析47

五、中国城镇化率48

六、中国城市发展规模情况分析49

(一) 中国城市数量规模分析49

(二) 城市土地面积统计情况51

(三) 城市人口统计情况分析51

七、中国城市建设投资状况分析52

第四节 行业消费环境分析 52

一、居民消费价格变化分析52

二、居民主要食品消费情况53

三、居民人均餐饮消费支出54

第二部分 行业深度分析 56

第三章 餐饮美食广场运行现状分析 56

第一节 餐饮美食广场发展历程 56

一、餐饮美食广场发展历史56

二、餐饮美食广场的导入期与发展期57

第二节 餐饮美食广场市场发展现状 59

一、餐饮美食广场品牌发展现状59

二、餐饮美食广场市场管理模式60

三、	餐饮美食广场市场需求层次	60
第三节	餐饮美食广场市场供需分析	60
一、	餐饮美食广场供给情况	60
二、	餐饮美食广场需求情况	61
第四节	对餐饮美食广场市场的分析及思考	61
一、	餐饮美食广场市场特点	61
二、	餐饮美食广场市场分析	62
三、	餐饮美食广场市场变化的方向	62
四、	中国餐饮美食广场行业发展的新思路	62
第四章	餐饮美食广场消费市场分析	64
第一节	餐饮美食广场消费行为分析	64
一、	餐饮消费者心理分析	64
二、	消费者餐饮决策分析	65
三、	餐饮消费者行为分析	66
第二节	餐饮美食广场消费者主要类型分析	73
一、	便利型	73
二、	求廉型	73
三、	享受型	73
四、	求新型	74
五、	健康型	74
六、	信誉型	74
第三节	餐饮美食广场市场消费需求分析	74
一、	餐饮美食广场市场的消费需求变化	74
二、	餐饮美食广场市场的需求情况分析	75
三、	餐饮美食广场品牌市场消费需求分析	75
第四节	餐饮美食广场消费市场状况分析	75
一、	餐饮美食广场消费特点	75
二、	餐饮美食广场消费者分析	76
三、	餐饮美食广场消费市场变化	76
四、	餐饮美食广场市场消费方向	76

第五章 餐饮美食广场营销因素及策略分析 79

第一节 餐饮美食广场营销因素分析 79

一、地理位置因素79

二、目标消费者因素79

三、经营活动因素80

第二节 餐饮美食广场营销策略分析 80

一、地段选择策略80

二、经营管理策略80

三、装修定位策略80

四、招商结合策略81

第三节 餐饮美食广场特色店铺的营销策略分析 81

第四节 餐饮营销策略分析 82

一、餐饮营销概述82

二、中国餐饮营销的传统模式84

三、中国餐饮营销的新兴模式-----网络营销88

第三部分 市场全景调研 90

第六章 不同业态物业内的餐饮美食广场市场分析 90

第一节 百货公司内的餐饮美食广场市场分析 90

一、百货公司市场发展现状90

(一) 百货店运行分析90

(二) 百货店经营面积及销售额92

(三) 百货店竞争分析92

(四) 百货店发展趋势95

二、百货公司内的餐饮美食广场市场分析96

(一) 百货公司内的餐饮美食广场经营分析96

(二) 百货公司建设餐饮美食广场动态97

(三) 百货公司内投资建设美食广场前景97

(四) 百货公司内的美食广场发展前景98

(五) 百货公司内的美食广场经营策略98

第二节 购物中心内的餐饮美食广场市场分析 98

一、购物中心市场发展现状98

- (一) 购物中心经营模式分析98
- (二) 购物中心数量及经营规模100
- (三) 购物中心业态构成分析101
- (四) 购物中心发展趋势102
- 二、购物中心内的餐饮美食广场市场分析105
 - (一) 购物中心内的餐饮美食广场经营分析105
 - (二) 购物中心内建设餐饮美食广场动态106
 - (三) 国外购物中心的餐饮美食广场分析108
 - (四) 国内外购物中心的餐饮美食广场比较分析108
 - (五) 购物中心内投资建设美食广场前景109
 - (六) 购物中心内的美食广场发展前景109
 - (七) 购物中心内的美食广场经营策略111
- 第三节 大卖场内的餐饮美食广场市场分析 112
 - 一、大卖场市场发展现状112
 - (一) 大卖场市场发展现状112
 - (二) 大卖场发展空间分析114
 - (三) 大卖场发展趋势分析114
 - 二、大卖场内的餐饮美食广场市场分析116
 - (一) 大卖场内的餐饮美食广场经营分析116
 - (二) 大卖场建设餐饮美食广场动态117
 - (三) 大卖场内投资建设美食广场前景117
 - (四) 大卖场内的美食广场发展前景118
 - (五) 大卖场内的美食广场经营策略118
- 第四节 其他物业内的餐饮美食广场市场分析 118
 - 一、写字楼的餐饮美食广场市场分析118
 - 二、机场的餐饮美食广场市场分析119
 - 三、专业市场内的餐饮美食广场市场分析119
- 第七章 不同类型档次的餐饮美食广场市场分析 120
 - 第一节 标准饮美食广场市场分析 120
 - 一、标准饮美食广场发展概述120
 - 二、标准饮美食广场细分种类120

- (一) 高档美食广场发展分析120
- (二) 中高档美食广场和中档美食广场发展分析120
- (三) 低档大众美食广场发展分析121
- (四) 奢华美食广场发展分析121

第二节 准美食广场市场分析 121

- 一、准美食广场发展现状121
- 二、准美食广场发展前景122

第三节 泛美食广场市场分析 122

- 一、泛美食广场发展现状122
- 二、泛美食广场发展前景123

第四部分 竞争格局分析 124

第八章 餐饮美食广场不同区域市场分析 124

第一节 华北地区餐饮美食广场市场分析 124

一、华北地区餐饮美食广场发展环境124

- (一) 北京餐饮市场分析124
- (二) 天津餐饮市场分析125
- (三) 河北餐饮市场分析125
- (四) 山西餐饮市场分析125
- (五) 内蒙古餐饮市场分析126

二、华北地区餐饮美食广场经营动态126

三、华北地区餐饮美食广场发展前景127

第二节 东北地区餐饮美食广场市场分析 127

一、东北地区餐饮美食广场发展环境127

- (一) 黑龙江餐饮市场分析127
- (二) 吉林餐饮市场分析128
- (三) 辽宁餐饮市场分析128

二、东北地区餐饮美食广场经营动态129

三、东北地区餐饮美食广场发展前景129

第三节 华东地区餐饮美食广场市场分析 129

一、华东地区餐饮美食广场发展环境129

- (一) 上海餐饮市场分析130

- (二) 山东餐饮市场分析130
- (三) 江苏餐饮市场分析130
- (四) 浙江餐饮市场分析131
- (五) 安徽餐饮市场分析131
- (六) 江西餐饮市场分析132
- (七) 福建餐饮市场分析132
- 二、华东地区餐饮美食广场经营动态133
- 三、华东地区餐饮美食广场发展前景133
- 第四节 华中地区餐饮美食广场市场分析 133
- 一、华中地区餐饮美食广场发展环境133
- (一) 河南餐饮市场分析134
- (二) 湖南餐饮市场分析134
- (三) 湖北餐饮市场分析135
- 二、华中地区餐饮美食广场经营动态135
- 三、华中地区餐饮美食广场发展前景135
- 第五节 华南地区餐饮美食广场市场分析 135
- 一、华南地区餐饮美食广场发展环境135
- (一) 广东餐饮市场分析136
- (二) 广西餐饮市场分析136
- (三) 海南餐饮市场分析137
- 二、华南地区餐饮美食广场经营动态137
- 三、华南地区餐饮美食广场发展前景137
- 第六节 西部地区餐饮美食广场市场分析 137
- 一、西部地区餐饮美食广场发展环境137
- (一) 陕西餐饮市场138
- (二) 甘肃餐饮市场138
- (三) 新疆餐饮市场139
- (四) 四川餐饮市场分析139
- (五) 重庆餐饮市场分析139
- (六) 贵州餐饮市场分析140
- (七) 云南餐饮市场分析140
- 二、西部地区餐饮美食广场经营动态141

三、西部地区餐饮美食广场发展前景141

第九章 餐饮美食广场竞争形势及策略分析 142

第一节 行业总体市场竞争状况分析 142

一、餐饮美食广场竞争要素分析142

二、餐饮市场竞争状况143

三、餐饮美食广场竞争概况144

第二节 中国餐饮美食广场竞争格局综述 144

一、餐饮美食广场企业间竞争格局分析144

二、国内外餐饮美食广场竞争分析144

三、中国餐饮美食广场竞争力分析145

四、中国餐饮美食广场产品（服务）竞争力优势分析146

五、中国餐饮美食广场市场动态分析146

第三节 餐饮美食广场集中度分析 150

一、餐饮美食广场区域集中度分析150

二、中国餐饮美食广场品牌集中度分析150

第四节 餐饮美食广场市场竞争策略分析 151

一、餐饮美食广场提升竞争力的主要方向151

二、影响餐饮美食广场核心竞争力的因素及提升途径151

三、提高餐饮美食广场竞争力的策略152

第十章 领先餐饮美食广场经营形势分析 155

第一节 大食代美食广场 155

一、发展简况155

二、发展规模155

三、品牌特色155

四、选址策略156

五、发展战略156

第二节 亚惠美食广场 156

一、发展简况156

二、发展规模156

三、品牌特色157

四、经营动向157

五、发展战略157

第三节 新食尚文化美食广场 157

一、发展简况157

二、发展规模158

三、品牌特色158

四、经营优势158

第四节 美乐汇美食广场 159

一、发展简况159

二、发展规模159

三、品牌特色159

四、发展战略159

第五节 美食代美食广场 160

一、发展简况160

二、发展规模160

三、品牌特色160

四、产品设置160

第六节 武汉新加坡美食广场 161

一、发展简况161

二、发展规模161

三、品牌特色161

四、经营优势161

第七节 食加食美食广场 162

一、发展简况162

二、发展规模162

三、品牌特色162

四、发展战略162

第八节 食通天美食广场 163

一、发展简况163

二、开店数量163

三、进驻省份163

四、进驻城市163

第九节 新食代美食广场 164

一、开店数量164

二、进驻省份164

三、进驻城市164

四、选址策略164

第十节 食为天美食广场 165

一、开店数量165

二、进驻省份165

三、进驻城市165

四、品牌定位166

第五部分 发展前景展望 167

第十一章 餐饮美食广场行业发展前景分析 167

第一节 餐饮美食广场市场趋势分析 167

一、未来餐饮市场的发展趋势167

二、餐饮美食广场发展趋势168

三、餐饮美食广场市场需求变化趋势分析171

第二节 餐饮美食广场市场前景分析 172

一、餐饮美食广场发展空间172

二、餐饮美食广场市场前景172

第三节 中国餐饮美食广场行业供需预测 173

一、中国餐饮美食广场供给预测173

二、中国餐饮美食广场需求预测173

三、中国餐饮的市场规模预测174

四、中国餐饮美食广场的消费需求预测175

第十二章 餐饮美食广场行业投资价值分析 176

第一节 行业发展特征 176

一、行业的周期性176

二、行业的区域性176

三、行业的上下游176

四、行业经营模式176

第二节 行业投资形势分析 177

- 一、 餐饮美食广场开办情况177
- 二、 国内特别重视美食广场购物中心和百货企业分析177
- 三、 行业发展驱动因素179
- 四、 行业投资吸引力180

第三节 连锁餐饮投资环境分析 180

- 一、 “十二五”时期宏观经济形势预测 180
- 二、 扩大内需将为餐饮业带来新空间182
- 三、 服务业发展为餐饮业带来新机遇183
- 四、 经济全球化为餐饮业带来新生机183

第四节 餐饮美食广场投资效益分析 183

- 一、 餐饮美食广场投资状况分析183
- 二、 餐饮美食广场投资效益分析183
- 三、 餐饮美食广场投资方向184
- 四、 餐饮美食广场投资建议184

第六部分 发展战略研究 185

第十三章 餐饮美食广场投资战略研究 185

第一节 餐饮美食广场投资风险分析 185

- 一、 餐饮美食广场行业市场宏观经济风险预测185
- 二、 餐饮美食广场行业食品安全风险预测185
- 三、 餐饮美食广场行业经营风险预测185
- 四、 餐饮美食广场行业原料市场风险预测186
- 五、 餐饮美食广场行业人力资源风险预测186

第二节 餐饮美食广场投资机会分析 186

- 一、 餐饮市场的投资机会分析186
- 二、 连锁餐饮市场投资潜力分析187
- 三、 重点区域投资机会188
- 四、 餐饮美食广场投资机遇188

第三节 餐饮美食广场投资关键因素 188

- 一、 地理位置选择188
- 二、 机电设计分析190

三、内装设计要点191

第四节 餐饮美食广场投资战略研究 192

- 一、明确物业业态定位及经营情况192
- 二、特色创新品牌战略192
- 三、明晰物业业态的餐饮招商细节及承诺192
- 四、处理好档口经营商的关系193
- 五、严把出口品味关194

第十四章 餐饮美食广场发展战略研究 195

第一节 餐饮美食广场食物口味策略 195

- 一、食物口味协调策略195
- 二、经济实惠+不断推新策略 195
- 三、独家品牌热门品牌引进策略196
- 四、摊位经营商的选择策略196
- 五、提升租户经营水平策略198
- 六、连锁品牌餐厅融入美食广场199
- 七、五星级饭店美食入驻高档美食广场199
- 八、最纯正地方小吃进美食广场200

第二节 餐饮美食广场环境设计策略 201

- 一、环境设计创新策略分析201
- 二、环境体验设计策略分析205
- 三、借鉴吧台模式设计策略206

第三节 餐饮美食广场服务策略分析 207

- 一、逼真的食物模型207
- 二、人性化服务策略分析207
- 三、体验营销服务策略208

第四节 餐饮美食广场发展策略研究 209

- 一、战略综合规划209
- 二、竞争战略规划210
- 三、品牌战略研究211
- 四、市场创新策略212

图表目录：

- 图表 1 餐饮美食广场分类15
- 图表 2 15项国内贸易行业标准编号、名称及实施日期情况 28
- 图表 3 中国国内生产总值及增长变化趋势图38
- 图表 4 国内生产总值构成及增长速度统计38
- 图表 5 规模以上工业增加值及增长速度趋势图39
- 图表 6 中国全社会固定资产投资增长趋势图41
- 图表 7 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图42
- 图表 8 中国主要消费品零售额及增长速度统计42
- 图表 9 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图43
- 图表 10 中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 44
- 图表 11 中国人口总量增长趋势图 44
- 图表 12 中国人口数量及其构成情况统计 45
- 图表 13 中国各级各类学校招生人数统计 46
- 图表 14 中国城镇化率变化趋势图 49
- 图表 15 中国行政区划统计 49
- 图表 16 中国分地区行政区划统计 50
- 图表 17 中国城市土地面积情况 51
- 图表 18 中国城市人口统计 51
- 图表 19 中国城市固定投资情况统计 52
- 图表 20 中国居民消费价格月度变化趋势图 53
- 图表 21 中国城镇居民家庭人均消费支出统计 54
- 图表 22 城镇居民家庭人均购买商品数量统计 54
- 图表 23 中国城镇居民外出用餐支出统计 55
- 图表 24 美食广场发展历程 59
- 图表 25 中国品牌餐饮美食广场分布图 59
- 图表 26 餐饮市场营销过程图 83
- 图表 27 中国百货店门店总数统计 90
- 图表 28 中国连锁百货业从业人员数量统计 91
- 图表 29 中国限额以上百货业主营业务收入统计 91
- 图表 30 中国限额以上百货业主要经营情况 92
- 图表 31 中国连锁百货业营业面积及销售额统计 92

图表 32 中国主要连锁百货零售企业经营情况统计	93
图表 33 传统百货业转型未来趋势方向	96
图表 34 中国购物中心数量增长趋势图	101
图表 35 目前中国购物中心业态构成比例	102
图表 36 乐橙美食广场外观图	106
图表 37 中国购物中心累计商业建筑面积情况	110
图表 38 中国购物中心投资占全国商业用房总投资比重情况	110
图表 39 北京市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	124
图表 40 天津市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	125
图表 41 河北省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	125
图表 42 山西省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	126
图表 43 内蒙古限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	126
图表 44 黑龙江省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	128
图表 45 吉林省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	128
图表 46 辽宁省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	129
图表 47 上海市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	130
图表 48 山东省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	130
图表 49 江苏省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	131
图表 50 浙江省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	131
图表 51 安徽省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	132
图表 52 江西省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	132
图表 53 福建省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	133
图表 54 河南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	134
图表 55 湖南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	134
图表 56 湖北省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	135
图表 57 广东省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	136
图表 58 广西限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	136
图表 59 海南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	137
图表 60 陕西省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	138
图表 61 甘肃省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	138
图表 62 新疆限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	139
图表 63 四川省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计	139

- 图表 64 重庆市限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计 140
- 图表 65 贵州省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计 140
- 图表 66 云南省限额以上餐饮企业营业额及餐费收入统计 141
- 图表 67 中高档美食广场品牌表 144
- 图表 68 大食代美食广场中国区发展规模情况 155
- 图表 69 食加食美食广场分店情况 162
- 图表 70 食通天美食广场进驻省份情况 163
- 图表 71 食通天美食广场进驻城市情况 163
- 图表 72 新食代美食广场进驻省份情况 164
- 图表 73 新食代美食广场进驻城市情况 164
- 图表 74 食为天美食广场进驻省份情况 165
- 图表 75 食为天美食广场进驻城市情况 165
- 图表 76 中国餐饮市场规模预测 174
- 图表 77 中国餐饮美食广场发展驱动因素构成图 179
- 图表 78 “十二五”时期中国经济社会发展主要指标182
- 图表 79 中国连锁餐饮融资项目情况 187
- 图表 80 澳门威尼斯人度假村酒店豪华赌城的琳琅美食广场 202
- 图表 81 配备木马的美食广场 202
- 图表 82 规模庞大的马尼拉SM美食广场 203
- 图表 83 图书馆主题美食广场 203
- 图表 84 怀旧型美食广场-新加坡204
- 图表 85 泰国高档美食广场 204
- 图表 86 中东的美食广场 205

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0903/201608/12-210448.html>